ĐỒ ÁN MARKETING VÀ THƯƠNG HIỆU

GVTH : TRẦN THANH HÙNG
HỌC VIÊN : PHẠM TRẦN HUỲNH PHI
MSSV 2100005880

MỤC LỤC

01
GIỚI THIỆU ĐỀ TÀI

Thiết bị văn phòng phẩm được đánh giá là cực kỳ quan trọng trong hoạt động và phát triển của mỗi doanh nghiệp. Chúng là những vật dụng thiết yếu, không thể thiếu trong mỗi hoạt động, tạo ra một môi trường làm việc năng động, chuyên nghiệp.



Ngày nay với sự phát triển vượt bậc của khoa học công nghệ, các doanh nghiệp, tổ chức đã lần lượt áp dụng những công nghệ đổi mới vào trong quá trình sản xuất, làm việc của mình. Công nghệ góp phần không nhỏ làm tăng hiệu suất và hiệu quả làm việc của họ. Tuy nhiên, dù thế nào thì vai trò của các loại văn phòng phẩm như: giấy in, kẹp, ghim....cũng không thể phủ nhận.

02
LÍ DO CHỌN ĐỀ TÀI

1. Lưu trữ tài liệu an toàn hơn

Khi có tác động của mạng toàn cầu Internet, tất cả các nhiệm vụ chính tại văn phòng được thực hiện trên máy tính vẫn còn có một số công việc mà không thể thực hiện mà không có các mặt hàng đồ dùng văn phòng phẩm. Ví dụ như khi sử dụng giấy, ở bất kì công ty nào và bất kì công việc nào đều sẽ được thực hiện trên giấy vì hầu hết các công việc từ mail đến tài liệu được thực hiện thông qua các máy tính có thể lưu trữ dữ liệu khổng lồ trong thời gian dài

2. Thể hiện tính chuyên nghiệp của công ty, doanh nghiệp

Một trong những vai trò quan trọng của đồ dùng văn phòng phẩm chính là có tác dụng tạo lập lòng tin cực lớn cho khách hàng, bởi các sản phẩm văn phòng phẩm không chỉ là những vật dụng phục vụ cho các hoạt động thông suốt của doanh nghiệp mà còn được đánh giá là một trong những công cụ tiếp thị cực hiệu quả cho doanh nghiệp.

3. Hỗ trợ trong học tập

Những dụng cụ văn phòng phẩm không thể thiếu trong học tập vì chúng hỗ trợ rất nhiều cho con đường học vấn của bạn. Bút viết, tập vở giúp bạn lưu trữ kiến thức một cách đầy đủ và hiệu quả nhất. Máy tính giúp bạn giải những bài toán nhanh nhẹn hơn và những phụ kiện khác giúp bạn trang trí những vật dụng của mình để thư giản cho bạn trong quá trình học tập.



03

TÍNH KHẢ THI CỦA ĐỀ TÀI

Nhu cầu sử dụng văn phòng phẩm của khách hàng luôn luôn lớn

Sở dĩ nhu cầu sử dụng đồ dùng văn phòng lớn vì phân loại sản phẩm nhiều, hướng đến mọi đối tượng sử dụng. Nhu cầu này lớn đến mức, tổng lượng sản xuất trong nước chỉ đáp ứng được 5% từ khách hàng. Theo đó, tới 35% sản phẩm có linh kiện nhập khẩu và 60% là sản phẩm từ nước ngoài về. Điều này đủ để thấy sự tăng trưởng nhu cầu mạnh mẽ từ thị trường.





Các dụng cụ văn phòng có giá mặt bằng chung không cao nhưng có sức tiêu thụ lớn. Vì thế, doanh thu đạt được từ các đơn vị phân phối là cực kỳ khủng. Theo đó, với Fahasa, doanh thu chỉ tính từ các đồ dùng lên tới 75 tỷ đồng. Con số đáng mơ ước này là minh chứng cho thấy thị trường đồ dùng văn phòng tiềm năng đến mức nào.

04

THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC

Các loại văn phòng phẩm từ các nước như Đài Loan, Đức, Nhật, Pháp cũng ồ ạt vào Việt Nam với hi vọng chia sẻ “miếng bánh thị phần” màu mỡ tại đây. Tuy nhiên, những nhãn hiệu tới từ Châu Âu, Châu Mỹ hay Nhật Bản đều có giá thành cao và kiểu mẫu mang hơi hướng... “người già”, hướng tới đối tượng người đi làm hơn là học sinh.



Tuy nhiên, chỉ cần dạo quanh thị trường TP.HCM, tại những trung tâm bán đồ dùng văn phòng phẩm người ta sẽ nhận thấy những đồ dùng văn phòng phẩm như từ chiếc dập ghim, cặp file, chiếc kẹp phù hiệu... đến những hộp đựng bút, bút xóa, bút viết... có xuất xứ từ Trung Quốc với số lượng lớn.



05
THƯƠNG HIỆU TRONG NƯỚC

Nền móng của Deli tại Việt Nam bắt đầu từ năm 2005, khi Ông Ngô Thanh Hải - Giám đốc Công ty TNHH TM Long Á - có dịp tham dự hội nghị giao lưu, quảng bá sản phẩm tại Quảng Châu, Trung Quốc. Sản phẩm của Deli chất lượng cao, giá cả cạnh tranh, là nền tảng thúc đẩy sự hợp tác lâu bền với Long Á trong tương lai. Từ đây, công ty TNHH TM Long Á trở thành Nhà Phân Phối độc quyền các sản phẩm của Deli tại thị trường Việt Nam.



Năm 2012, Việt Nam trở thành thị trường phát triển nhanh nhất của Deli trên toàn cầu. Năm 2017, Công ty TNHH TM Long Á lấy Hà Nội, Đà Nẵng, TP HCM làm trung tâm, xây dựng mạng lưới bán hàng trên toàn quốc với hơn 50 NPP ổn định và trên 10.000 điểm bán buôn và bán lẻ trên toàn quốc.





Năm 2020, nhà máy Deli ở Việt Nam chính thức đi vào hoạt động. Bắt đầu từ hành trang đầu tiên, Deli xây dựng cơ sở sản xuất Văn Phòng Phẩm lớn nhất tại Việt Nam. Nhà máy có tổng diện tích 11ha và phong cách nhà xưởng thông minh, dây chuyền sản xuất tự động hóa hoàn toàn, có thể đảm bảo sản xuất với hiệu suất cao, sản lượng ổn định cùng hệ thống Logictics thuận tiện và hiệu quả. Chúng tôi hướng tới việc mở rộng tất cả các sản phẩm, nghiên cứu phát triển các sản phẩm nội địa hóa nhằm xây dựng thương hiệu phát triển chuyên sâu .

Tầm nhìn

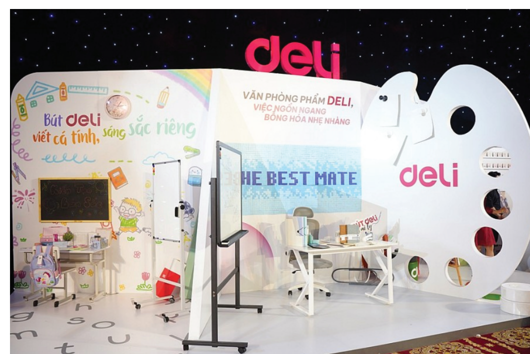


Trở thành một thương hiệu toàn cầu, được biết đến một cách toàn diện như một giải pháp về chất lượng cho đồ dùng văn phòng và đồ dùng học sinh.



Giá trị cốt lõi

* Deli " Tin cậy ": Các sản phẩm phải vượt qua rất nhiều bài kiểm tra và thử nghiệm trước khi được đưa ra thị trường * Deli "Hợp lí": Cam kết cung cấp các sản phẩm với chi phí hợp lí nhất cho người tiêu dùng * Deli "Thân thiện": Hướng tới hệ sinh thái sản phẩm thân thiện với người sử dụng và phù hợp với các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường * Deli "Sáng tạo": Liên tục đổi mới tư duy sáng tạo sản phẩm để đón đầu xu hướng tiện ích trong tương lai.



Sứ mệnh

Cung cấp sự cộng tác giá trị số một.
Mang lại sự hiệu quả trong công việc và học tập.



06

THỊ TRƯỜNG NGOÀI NƯỚC

Văn phòng phẩm là những vật dụng được sử dụng phổ biến trong trường học, xí nghiệp, công ty, các cơ quan ban ngành nhà nước. Năm nay, thị trường hàng văn phòng phẩm tiếp tục ghi nhận sự lấn sân của hàng Trung Quốc với mẫu mã đa dạng, phong phú về chủng loại và giá cả. Thống kê cho biết, liên tiếp trong nhiều năm, nhu cầu sử dụng nguồn hàng văn phòng phẩm Trung Quốc tăng trưởng mạnh. Có những thời điểm hàng văn phòng phẩm Trung Quốc chiếm tới 65 – 70% thị phần văn phòng phẩm cả nước.



Đồ dùng văn phòng phẩm Trung Quốc có sự cải tiến vượt bậc về mẫu mã, giá bán phù hợp túi tiền người tiêu dùng, uy tín về chất lượng, an toàn với sức khỏe nên ngày càng được tin tưởng chọn lựa. Với người kinh doanh buôn bán thì lợi nhuận là yếu tố quan trọng hàng đầu. Yếu tố giá thành đóng vai trò quan trọng trong chiến lược kinh doanh. Hiện nay, hàng văn phòng phẩm của Trung Quốc đang được các đơn vị buôn bán trong nước ưu tiên lựa chọn do có nhiều ưu điểm vượt trội so với hàng hóa nội địa và của các nước khác.



ĐỐI TƯỢNG TIÊU DÙNG

Thông thường, đối tượng trong lĩnh vực kinh doanh của bạn thường là học sinh, giáo viên, công nhân viên chức; những người có nhu cầu cao để sử dụng đồ dùng văn phòng phẩm. Bạn có thể tập trung vào một đối tượng cụ thể; hoặc phục vụ đa dạng các đối tượng khác nhau. Mỗi lựa chọn đều có những ưa, nhược điểm riêng

